การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ปิยพันธ์ กลิ่นสิงห์

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

โดย

ปิยพันธ์ กลิ่นสิงห์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก)

วันที่ 25 เดือน ต.ค. พ.ศ. 54

กรรมการที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์คลกร ขวัญคำ)

วันที่ 25 เดือน ต.ค. พ.ศ. 54

กรรมการที่ปรึกษา .....

(อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่ 25 เดือน ต.ค. พ.ศ. 54

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร .....

(อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่ 26 เดือน ต.ค. พ.ศ. 54

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

วันที่ 26 เดือน ต.ค. พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่อง การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ชื่อผู้เขียน นางปิยพันธ์ กลิ่นสิงห์

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ และศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ที่ใช้บริการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จำนวน 310 ราย ซึ่งเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

วัตถุประสงค์สำคัญ ของผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีเกณฑ์การรับรู้ถึงปัญหาว่าต้องการมีวงเงินหมุนเวียนเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉินและใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว ก่อนตัดสินใจที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ พบว่า จำนวนวงเงินที่ได้รับได้ตามที่ต้องการ และหลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ซึ่งให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน อยู่ในระดับน้อย โดยให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน ระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน ระดับน้อย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

Title	Selection of Krung Thai Thanawat Credit Service of the Clients of Kung Thai Bank PLC, Maesariang Branch
Author	Mrs Piyaphan Kliensing
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Chamnian Bunmak

ABSTRACT

The objectives of this study were to explore the process of the selection of Krung Thai Thanawat Credit service of the clients of Krung Thai Bank PLC, Maesariang branch and problem encounters. A set of questionnaires was used for data collection administered with 310 clients of Krung Thai Bank, Maesariang branch. Obtained data were analyzed by using the statistical package.

Results of the study revealed that most of the respondents wanted working capital for emergency incidents. It was found that they received the working capital as needed. After receiving the working capital, they were able to repay it in accordance with the condition. Besides, they suggested others to used the credit service of Krung Thai Bank. In the case that they would used the service of Krung Thai Bank, Maesariang branch. For problems encountered, Krung Thai Bank, Maesariang branch placed the importance of the service at a low level. However, product and price were found at a moderate level, followed by service process. The following were found at a low level: physical appearance, distribution channel, market promotion, and personnel, respectively.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ครั้งนี้สำเร็จลุลวงได้ด้วยความกรุณาของคณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจาย์ จำเนียร บุญมาก ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ และ อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือให้ข้อมูล คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนกระทั่งปัญหาพิเศษเล่มนี้สำเร็จได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ กับ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียงที่ให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี รวมถึงเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทคณะบริหารธุรกิจ เจ้าหน้าที่ของบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสานงานด้วยดีมาตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจสนับสนุน ตลอดจนขอขอบคุณญาติพี่น้องและเพื่อนๆ ที่มีส่วนช่วยเหลือให้การทำปัญหาพิเศษฉบับนี้สามารถสำเร็จบรรลุตามความมุ่งหวังอย่างสมบูรณ์

ปิยพันธ์ กลิ่นสิงห์

ตุลาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	4
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	5
ลักษณะของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	5
ขั้นตอนการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	6
ทฤษฎีส่วนผสมการตลาดบริการ	6
ทฤษฎีด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	9
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทสรุป	23
กรอบแนวคิดในการวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	25
สถานที่ดำเนินการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	26

หน้า

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 27

ระยะเวลาการศึกษาและแผนการทำวิจัย 28

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 29

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ 30

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า 34

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง 40

บทที่ 5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 63

สรุปผลการวิจัย 63

อภิปรายผลการวิจัย 69

ข้อเสนอแนะ 77

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 78

บรรณานุกรม 79

ภาคผนวก 81

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 82

ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย 88

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	30
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	30
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะ	31
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	31
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นการรับราชการ (ซี/ชั้นยศ)	32
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	32
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	33
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	33
9	จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	34
10	จำนวนและร้อยละของ แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก	35
11	จำนวนและร้อยละของเกณฑ์ที่ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	36
12	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	37
13	จำนวนและร้อยละของหลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	38
14	จำนวนและร้อยละของ มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย	38
15	จำนวนและร้อยละของในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง	39
16	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน	40
17	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านผลิตภัณฑ์	41

ตาราง		หน้า
18	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านราคา	42
19	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	42
20	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านการส่งเสริมการตลาด	43
21	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านบุคลากร	44
22	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านลักษณะทางกายภาพ	45
23	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านกระบวนการให้บริการ	46
24	จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	47
25	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ	49
26	จำนวนและร้อยละของการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	53
27	จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้	55
28	จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามปัจจัยด้านรายได้	57
29	จำนวนและร้อยละของการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้	61
30	สรุปผลการตัดสินใจ กระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	65

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ฟิลิป คอทเลอร์	11
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	24

บทที่ 1
บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มักจะแข่งขันกันด้วยอัตราดอกเบี้ย โดยใช้อัตราดอกเบี้ยที่ต่างกันเป็นตัวดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านเงินฝาก หรือด้านสินเชื่อ แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบัน ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่างต้องปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ลงและ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ก็ได้ประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงเช่นกัน การปรับลดอัตราดอกเบี้ยดังกล่าว ได้ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์และอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมของระบบธนาคารไทย ลดลงมาต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ ออมทรัพย์ที่ 0.75% และอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม 7.35% ตามลำดับ

ทั้งนี้ การปรับลดอัตราดอกเบี้ยทั้งเงินฝากและเงินกู้ของธนาคาร ในรอบปีที่ผ่านมาน่าจะเป็นผลดีต่อการปล่อยสินเชื่อของระบบธนาคารพาณิชย์ ซึ่งจะช่วยระบายสภาพคล่องส่วนเกินพร้อมทั้ง กระตุ้นให้มีการใช้จ่ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากธนาคารพาณิชย์เอกชนถูกกดดันให้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมลงตามอัตราดอกเบี้ยเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

อย่างไรก็ตาม ธนาคารพาณิชย์เอกชน ยังมีข้อจำกัดในการแข่งขันด้านอัตราดอกเบี้ยกับธนาคารพาณิชย์ของรัฐ เนื่องจากปัญหา NPL ที่สูง ซึ่งอาจจะส่งผลให้การแข่งขันด้านอื่น เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของฐานธุรกิจที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย ตลอดจน คุณภาพของบริการและความภักดีของลูกค้าระหว่างธนาคารทวีความรุนแรงมากขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงโดยการมุ่งเน้นในเรื่องของการให้บริการที่คุณภาพโดดเด่นกว่าคู่แข่งขัน ซึ่งจะเป็นได้ว่า ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการให้บริการเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เช่น การนำเครื่องฝากอัตโนมัติมาให้บริการ ซึ่งลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้ด้วยตนเองซึ่งเป็นการประหยัดเวลา ตู้เอทีเอ็มที่สามารถใช้บริการได้หลายด้าน แต่ต้นทุนในการดำเนินงานสูง ทำให้องค์กรและหน่วยธุรกิจต้องปรับตัว โดยมีการขยายขอบเขตการถือทุนของต่างประเทศ เพื่อที่จะสามารถมีระดมเงินทุนเพื่อลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพและศักยภาพในธุรกิจนั้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถแข่งขันกับองค์กรและหน่วยธุรกิจที่มีความรุนแรงในปัจจุบัน (ธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน, 2550: 35)

ความสำคัญของปัญหา

จากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบัน ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการเงินทุนหรือเพื่อไว้ใช้ในการอุปโภค บริโภค ทำให้มีธนาคาร หรือสถาบันการเงินต่าง ๆ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสินเชื่อรายย่อย สินเชื่อพร้อมใช้ สินเชื่อสวัสดิการ สินเชื่อด่วน บัตรเครดิต ฯลฯ เป็นจำนวนมาก และสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ก็เป็นทางเลือกหนึ่งในความต้องการของลูกค้าที่ใช้เป็นวงเงินสำรองพร้อมใช้ยามฉุกเฉิน เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการเงินและช่วยบรรเทาปัญหาทางการเงินของลูกค้าเมื่อยามจำเป็น ความหมายของ “กรุงไทยธนวัฏ” มีดังนี้คือ ธน หมายถึงเงินตรา วัฏ หมายถึง การหมุนเวียนที่เมื่อถึงที่สุดแล้วก็จะกลับมาตั้งต้นใหม่ ดังนั้น สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จึงมีความหมายว่าสินเชื่อของธนาคารกรุงไทยที่ให้ลูกค้ากู้หมุนเวียนได้ตลอด และสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับความสนใจจากลูกค้ามาใช้บริการมานาน โดยมีวัตถุประสงค์นำเงินไปใช้เพื่อในการอุปโภค บริโภค ซึ่งลูกค้าที่สามารถใช้บริการต้องมีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย ถึงจะสามารถใช้บริการได้ และทาง บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง มีข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับเงินเดือนผ่านจำนวน 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สะเรียง อำเภอแม่ลาน้อย อำเภอสบเมย โดยเดิมประมาณปี 2545 มีหน่วยงานได้นำเงินเดือนข้าราชการหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านธนาคารกรุงไทยมีประมาณ 3,100 ราย และได้มีผู้ใช้บริการสินเชื่อธนวัฏประมาณ 1,600 ราย และ ณ.สิ้นปี 2552 มีผู้ที่มีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยมีประมาณ 3,700 ราย และมีผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏจำนวน 1,360 ราย ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏลดลง สาเหตุเนื่องมาจากผู้ใช้บริการได้ไปใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน โดยเมื่อได้รับวงเงินกู้จากธนาคารออมสิน ก็นำเงินมาชำระหนี้ของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏและยกเลิกวงเงิน แต่ก็มีบางรายนำเงินมาชำระหนี้แต่ไม่ยกเลิกวงเงิน สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จะใช้บริการสินเชื่อทั้ง 2 ธนาคาร สินเชื่อธนวัฏและสินเชื่อสวัสดิการนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการอุปโภค บริโภค เหมือนกัน แต่ในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อาจแตกต่างกันบ้าง อย่างเช่น เรื่องอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม ระยะเวลา เป็นต้นถือได้ว่าสินเชื่ออเนกประสงค์ของธนาคารออมสิน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจจากข้าราชการบางส่วน ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏลดลง

จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้และวางแผนในการปฏิบัติงาน สร้างกลยุทธ์ แก้ไขปัญหาและอุปสรรค ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการของธนาคารด้านต่าง ๆ มากที่สุดและยังเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของพนักงาน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อที่จะรักษากลุ่มลูกค้าเดิม และเพิ่มกลุ่มลูกค้ารายใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยตรงกับ พนักงานผู้ปฏิบัติ และผู้บริหารของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง คลอดจนได้ทราบถึงความต้องการลูกค้า เพื่อเป็นฐานข้อมูลนำไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคาร
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับสาขา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาคุณภาพในด้านอื่น ๆ ของธนาคาร เช่น ด้านภูมิทัศน์ภายนอกธนาคาร ด้านเทคโนโลยี ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นต้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้า 3 อำเภอ

1. กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธนวัฏ ในเขตอำเภอแม่สะเรียง
2. กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธนวัฏ ในเขตอำเภอแม่ลาน้อย
3. กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธนวัฏ ในเขตอำเภอสบเมย

โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม เฉพาะผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อ คือใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ กับ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จำนวน 1,360 ราย

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่นำมาใช้เพื่อมุ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการการสร้าง และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ประเภทสินเชื่ออุปโภคบริโภค (Consumer loan) หมายถึงสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้าเพื่อจัดซื้อสินทรัพย์ หรือบริการในรูปของเงินกู้ประจำ เงินกู้เบิกเงินเกินบัญชีที่เป็นระยะสั้น และปานกลาง เช่น สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ สินเชื่อเพื่อการศึกษาต่อต่างประเทศ สินเชื่อเพื่อการท่องเที่ยว สินเชื่อสวัสติการแก่ข้าราชการพนักงานองค์การของรัฐวิสาหกิจ

เงินกู้กรุงไทยธนวัฏ (Circle loan) หมายถึงเงินกู้ที่ให้กู้แก่ลูกค้าที่มีข้อตกลงจ่ายเงินเดือนผ่าน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง โดยหมุนเวียนในบัญชีออมทรัพย์ หน่วยงานต้องจ่ายเงินเดือนเข้าบัญชีผู้กู้ทุกเดือน และยอดหนี้ต้องไม่เกินวงเงินที่กำหนด วัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการอุปโภคและบริโภค

หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan: NPL) หมายถึงหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเกิดจากการค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ย หรือผิดเงื่อนไขการชำระหนี้ตามสัญญากู้เกินกว่า 3 เดือนเป็นต้นไป หรือการถูกจัดชั้นคุณภาพตามคำสั่งของธนาคารแห่งประเทศไทย

บทที่ 2
การตรวจสอบเอกสาร

การศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย เสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

1. ลักษณะของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ
2. ขั้นตอนการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ
3. ทฤษฎีส่วนผสมการตลาดบริการ
4. ทฤษฎีด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. บทสรุป
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ลักษณะของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เป็นสินเชื่อประเภทอุปโภค บริโภค ที่ให้บริการแก่ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเงินเดือนผ่านเข้าบัญชีออมทรัพย์ที่เป็นไว้กับธนาคาร เป็นบริการด้านสินเชื่อที่มีรูปแบบหมุนเวียน เช่นเดียวกับเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชีหรือบัญชีโอดี คือมีลักษณะหมุนเวียน โดยตั้งวงเงินกู้ยืมหมุนเวียนให้กับลูกค้าในบัญชีออมทรัพย์ ถ้าหากลูกค้าไม่ถอนเงินหรือไม่เบิกเงินออกจากบัญชี ลูกค้าจะมีสภาพเป็นเจ้าหนี้และได้รับดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์จากธนาคาร แต่ถ้าหากลูกค้าถอนเงินจากบัญชีในส่วนที่เป็นวงเงินกู้ที่ธนาคารกำหนดไว้ให้ ธนาคารก็จะคิดดอกเบี้ยตามจำนวนเงิน และระยะเวลาที่เบิกเงินไปใช้ โดยธนาคารจะหักเงินเดือนที่ผ่านเข้าบัญชีเพื่อชำระเป็นดอกเบี้ยทุก วันที่ 24 ของทุกเดือน จากลักษณะการใช้เงินกู้และเงื่อนไขการชำระหนี้ดังกล่าว ทำให้โอกาสในการเกิด NPL ของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏค่อนข้างน้อย

ดังนั้นสินเชื่อดังกล่าวจึงเป็นสินเชื่อที่ธนาคารกรุงไทยให้ความสำคัญ และมีลักษณะเด่นคือ ให้วงเงินสูงสุด 5 เท่าของเงินเดือน และพิเศษสำหรับหน่วยงานที่ทำข้อตกลงสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคาร พิจารณาวงเงินกู้สูงสุดถึง 10 เท่าของเงินเดือน สะดวก สบาย ไม่ใช้วงเงิน ไม่เสียดอกเบี้ย ในระหว่างเดือนชำระเพียงดอกเบี้ยเท่านั้นและชำระคืนเงินต้นได้ตามต้องการ บริการสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำสุดในสถาบันการเงิน ปัจจุบันร้อยละ 9.875 ต่อปี และอัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหนี้ร้อยละ 15.00 ต่อปี ค่าธรรมเนียมรายปี ปีละ 200 บาท สมัครใช้บริการครั้งเดียว สามารถใช้วงเงินได้นานตราบที่ยังมีเงินเดือนผ่านธนาคาร โดยสามารถใช้บุคคลในหน่วยงานเดียวกันเป็นผู้ค้ำประกัน และหากทำประกันชีวิตกลุ่มจะได้รับความคุ้มครองพิเศษ และพิเศษยิ่งขึ้นสำหรับผู้บริหารระดับสูงได้รับการยกเว้นไม่ต้องมีบุคคลค้ำประกัน

ขั้นตอนการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

ผู้ใช้บริการต้องมีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยในสาขาเดียวกัน ทั้งผู้ขอสินเชื่อและผู้ค้ำประกัน สามารถสมัครใช้บริการผ่านเจ้าหน้าที่ธนาคาร และสมัครผ่านทางออนไลน์ในเวปไซต์ของธนาคาร โดยขั้นตอนการใช้บริการดังนี้

1. ลูกค้านำเอกสารประจำตัว เช่น สำเนาบัตรข้าราชการ สำเนาทะเบียน หนังสือแสดงรายได้ และกรอกใบคำขอสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ
2. เจ้าหน้าที่พิจารณาเอกสารให้ถูกต้องครบถ้วน
3. ปฏิบัติตามระบบของธนาคารโดยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจัดทำในระบบธนาคาร
4. ได้ผลพิจารณา อนุมัติ หรือ ไม่อนุมัติ
5. แจ้งลูกค้าทราบ และติดต่อนัดหมายลูกค้าทำสัญญา
6. ทำสัญญาเงินกู้พร้อมป้อนข้อมูลวงเงินให้ลูกค้า ณ วันที่จัดทำสัญญากู้

ระยะเวลาในการดำเนินการโดยเฉลี่ยต่อรายถ้าเอกสารถูกต้องครบถ้วน ประมาณ 5-10 วัน ลูกค้าก็จะได้รับวงเงินกู้สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

ทฤษฎีส่วนผสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีองค์ประกอบ 7 ประการ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 434)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการสถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์(Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price)ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็ตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างทางช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

5. บุคลากร (People) หมายถึงพนักงานที่ให้บริการหรือส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า คนเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ และมีอิทธิพลต่อการที่จะเลือกซื้อหรือไม่ซื้อ ใช้หรือไม่ใช้บริการของผู้บริโภค

6. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึงการพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] ในรูปแบบของการ

ให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer – value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)

ทฤษฎีด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

Kotler , Philip. (1997: 141 – 149อ้างถึงใน สุริยา ขาวโชติช่วง, 2547:10-12) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคพบว่าในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาหรือความต้องการเกิดจากสิ่งเร้าภายในร่างกายของบุคคล เช่น ความหิว ซึ่งเมื่อความต้องการนี้เพิ่มขึ้นจนถึงระดับหนึ่งก็จะเกิดแรงขับจากประสบการณ์ที่ผ่านมาว่าจะตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างไร ขณะเดียวกันความต้องการนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายนอกได้เช่นกัน เช่น ความรู้สึกอยากไปเที่ยวต่างประเทศ ตามอย่างเพื่อนบ้าน เป็นต้น

2. ขั้นแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครู้ถึงปัญหาแล้วว่ามีความต้องการสินค้าหรือบริการใดในขั้นที่หนึ่งแล้ว ในขั้นที่สองผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก รอบข้าง เป็นต้น

2.2 แหล่งข้อมูลทางการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุหีบห่อ การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค ฯ

2.4 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่ทำการสำรวจคุณภาพสินค้า และ บริการ หรือ หน่วยงานวิจัยภาวการณ์ตลาดของผลิตภัณฑ์

3. ขั้นประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากข้อมูลที่รวบรวมได้ในขั้นที่สอง โดยมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ

3.1 ดูจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ดูจากภาพถ่าย คุณภาพ ความยากง่ายของการใช้ ขนาดรูปร่าง และ คุณสมบัติอื่นๆ ที่ปรากฏ เช่น การใช้บริการธนาคารก็ดูจากการนำ

เทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวกในการให้บริการลูกค้า จำนวนสาขา ทำเลที่ตั้งสาขา การบริการของพนักงานผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ เป็นต้น

3.2 การให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และ การจัดลำดับความสำคัญสำหรับคุณสมบัติต่างๆ เช่น ความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ มีบริการที่ตรงกับความต้องการ ค่าบริการที่ไม่แพงกว่าที่อื่น หรือ มีบริการเสริมพิเศษเพิ่มมากกว่าธนาคารอื่น เป็นต้น

3.3 ความเชื่อถือเกี่ยวกับตรา เช่น ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือในตราของธนาคาร มีความเชื่อถือในชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร เคยเห็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งความเชื่อถือนี้จะมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ

3.4 พิจารณาอรรถประโยชน์ที่จะได้รับสำหรับคุณสมบัติแต่ละอย่างของผลิตภัณฑ์เช่น บริการฝากเงินกับธนาคาร ควรฝากเงินประเภทใดจึงจะได้รับผลตอบแทนสูงสุด หรือ คุ้มค่ากว่ากันเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

3.5 เปรียบเทียบตรายี่ห้อ มีการเปรียบเทียบธนาคารแต่ละแห่งว่าธนาคารใดให้อรรถประโยชน์ ในการใช้บริการได้มากกว่า

4. ขั้นตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หลังจากมีการประเมินทั้งสามข้อ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด เช่น การใช้บริการกับธนาคารใดธนาคารหนึ่ง เมื่อพอใจในบริการ และ เงื่อนไขต่างๆ ของธนาคารนั้น

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ หลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามคาดหวัง ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจและมีการใช้บริการซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามความคาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความไม่พอใจและไม่ใช้บริการอีก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจที่แสดงถึงวงจรกระบวนการตัดสินใจ โดยเริ่มจากจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์และเพื่อบุคคลมีความประสงค์ที่ต้องการตัดสินใจ บุคคลนั้นก็ประสงค์ที่จะได้รับข้อสนเทศ โดยจะรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของเขาต่อจากนั้นบุคคลก็จะพิจารณาข้อมูลที่ได้รับและพยายามนำมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับการเลือกพิจารณาความเป็นไปได้ของการเลือก สำหรับการทำนายผลอาจจะขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสบการณ์ในอดีต และข้อบังคับความปรารถนาของบุคคลนั้นซึ่งการทำนายผลที่จะมีประสิทธิภาพ หรือไม่เพียงที่จะขึ้นอยู่กับสิ่ง 2 ประเภท คือ ข้อมูลที่รวบรวมได้ และน้ำหนักในการคาดคะเน มีความ

เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม กระบวนการตัดสินใจมีลักษณะเป็น วัฏจักรตามธรรมชาติ แบ่งเป็นขั้นๆ ได้ดังนี้

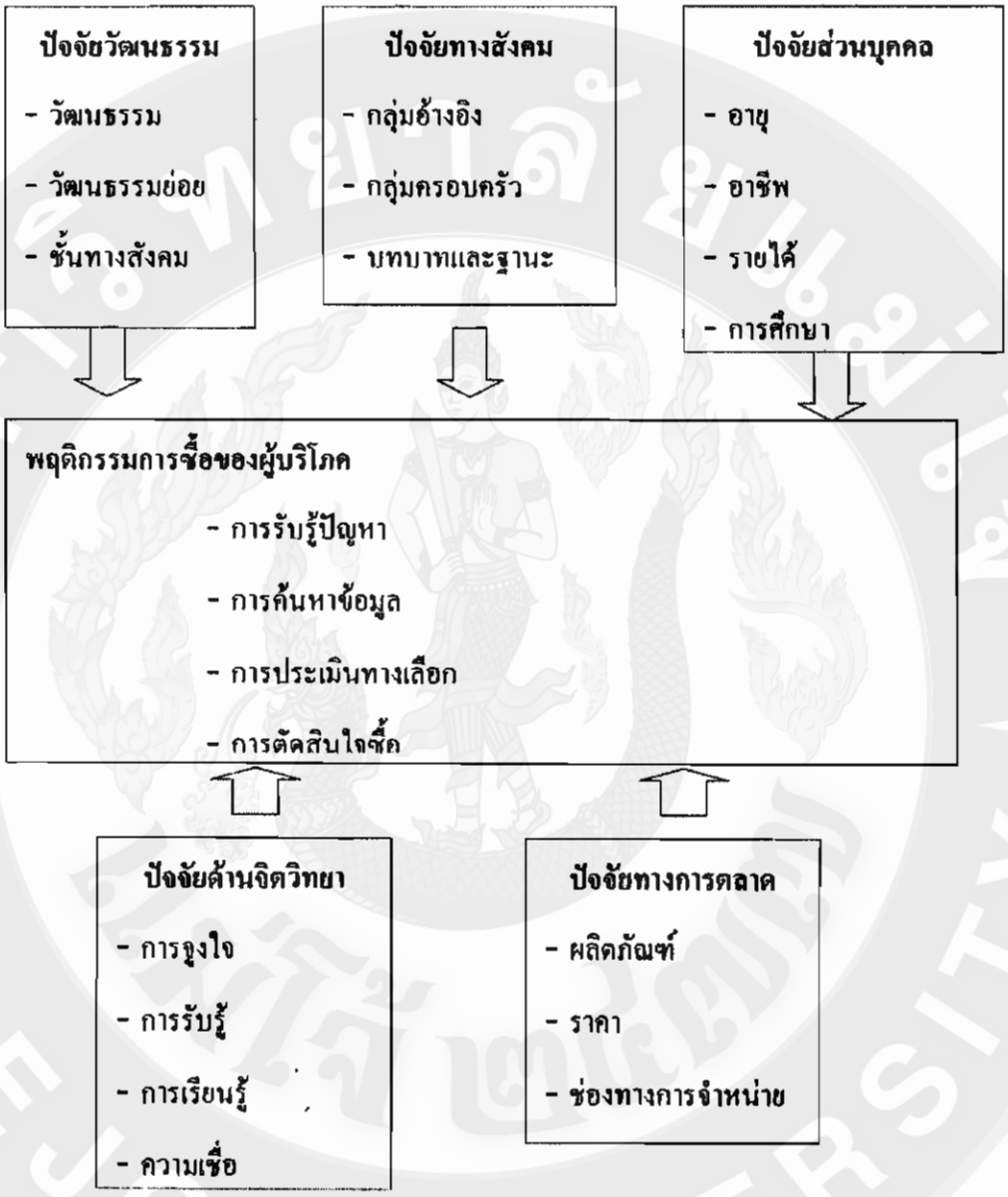
1. กำหนดเป้าหมายในการเลือก โดยกำหนดตัวเลือกตามความต้องการในการเลือกอาชีพอาจมีหลายตัวเลือกหลายๆ อย่างก็ได้

2. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลือกเหล่านั้น ถ้าหากเป็นตัวเลือกการศึกษา ก็ควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้สมัคร จำนวนผู้เรียนที่สถานศึกษารับไว้ได้เป็นต้น และ การเลือกอาชีพก็ควรรวบรวมข้องมูลเดี่ยวกับความต้องการของตลาดแรงงาน คุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพสวัสดิการที่ได้รับ รายได้และการฝึกอบรมเพื่อเข้าสู่อาชีพ เป็นต้น นอกจากนี้บุคคลต้องรวบรวม ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองด้วยเป็นต้นว่า ความสนใจ ค่านิยม ความสามารถ และทัศนคติ

3. นำข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพหรือการศึกษาที่ได้รวบรวมไว้แล้วนั้น มาเปรียบเทียบกับข้องมูลเกี่ยวกับตนเอง เพื่อทำนายถึงความเป็นไปได้และผลที่เกิดขึ้นหลังการดัดสินใจเลือกแล้ว

4. ทำความกระจ่างกับระบบค่านิยมของตนเองแล้วนำมาประกอบการพิจารณาการตัดสินใจเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด

5. ประเมินตัวเลือกทั้งหมดแล้วตัดสินใจแบบเด็ดขาดหรือแบบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอีกถ้าเป็นการตัดสินใจแบบเด็ดขาด บุคคลก็จะประเมินถึงการทำนายผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจนั้นอีกครั้งหนึ่งเพื่อความมั่นใจและถ้าหากเป็นการตัดสินใจแบบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมอีก บุคคลก็จะกลับไปสู่ขั้นใหม่ ดำเนินการจนครบทุกขั้นจนสามารถตัดสินใจได้



ภาพ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ฟิลิป คอทเลอร์

ที่มา: Kotler (2000: 55)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นที่ยอมรับ จากรุ่นหนึ่งจนถึงรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดละควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งค่านิยมในวัฒนธรรมที่จะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและ นำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย สตรีมีบทบาทในสังคม เช่นบทบาททางการเมืองและทำงานมากขึ้นและมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น

1. มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต
2. บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพของตนเอง
3. มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย
4. ทัศนคติต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง
5. บุคคลต้องการควบคุมความสะดวกสบายมากขึ้น
6. บุคคลต้องการความเพลิดเพลินและพักผ่อนเนื่องจากทำงานหนัก

ในปัจจุบันด้านวัฒนธรรมนี้นักการตลาดศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (cultural value) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในสังคม ประกอบด้วย

1. ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคม
2. ค่านิยมของบุคลที่มีต่อสังคมอื่น
3. ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์การ
4. ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ
5. ค่านิยมบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ

นักการตลาดต้องศึกษาค่านิยมในวัฒนธรรมต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มากก็คือ กลยุทธ์การโฆษณา

ปัจจัยด้านสังคม (social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง,ครอบครัว,บทบาทและสถานะ

1. กลุ่มอ้างอิง (reference group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุกคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็น

ต่างจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร เช่น ใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือเป็น พรีเซนต์เตอร์โฆษณาประกันชีวิตของธนาคาร

2. ครอบครัว (fammily) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดในทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัวการขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน

3. บทบาทและสถานะ (roles and status) บุคคลที่เกี่ยวข้องกันหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานที่ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น จะต้องวิเคราะห์ ว่าใครเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และ ผู้ใช้

ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางสังคมต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิดส่วนบุคคล

1. อายุ (age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6, 6 -11,12-19,20-34,35-49 50-64 ขึ้นไป เช่นกลุ่มอายุวัยทำงาน จะมีความคิดจะออมเงินมากกว่าวัยรุ่น

2. ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (family life cycle stage) การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว มักจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนตัว สนใจ ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง มักจะไม่ใส่ใจกับการประกันชีวิต

ขั้นที่ 2 คู่สมรสใหม่และยังไม่มีบุตร มักซื้อสินค้าถาวร ที่อยู่อาศัย รถยนต์ ตู้เย็นเตาไฟฟ้า และเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น และเริ่มที่จะสนใจในการที่จะเก็บออมเงินในรูปแบบต่างๆ

ขั้นที่ 3 ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กต่ำกว่า 6 ขวบ มักจะซื้อสินค้าถาวรที่ใช้ในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และยังซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น อาหารเด็ก ยา เสื้อผ้าและของเล่นเด็ก รวมทั้งมีความสนใจในผลิภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ รวมทั้งการทำประกันชีวิตและมอบผลประโยชน์ให้แก่บุตร

ขั้นที่ 4 ครอบครัวที่มีบุตรเล็กอายุมากกว่า 6 ขวบ มีฐานะการเงินดีขึ้นภรรยาอาจทำงานด้วยเพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว สินค้าที่บริโภคเช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องเขียน

แบบเรียน และรายการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตร พ่อแม่ จะทำประกันให้กับบุตรโดยตรง เพื่ออนาคตในวันข้างหน้าของบุตร

ขั้นที่ 5 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมากและมีบุตรโตแล้ว แต่ยังไม่แต่งงานมีฐานะการเงินดีมีความสามารถในการฝากประกัน มักจะเริ่มหารูปแบบการประกันชีวิตแบบที่ให้ผลตอบแทนตลอดชีวิตให้กับตนเอง เช่นแบบบำนาญสงเคราะห์(มีเงินปันผล)

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก มีบุตรแยกครอบครัวและยังทำงานอยู่ มีฐานะการเงินดีอาจะต้องย้ายไปอยู่อพาตเม้นท์ ชอบเดินทางเพื่อการพักผ่อน บริจาคทรัพย์สิน บำรุงศาสนาช่วยเหลือสังคม และมักจะห่วงบุตรหลาน และมักจะฝากเงินให้กับหลานมากกว่าลูก

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก มีบุตรแยกครอบครัวและออกจากงานแล้วค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล มักสนใจทำประกันชีวิตที่คุ้มครองค่ารักษาพยาบาลตนเองด้วย

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดจากกันและทำงานอยู่

ขั้นที่ 9 คนที่อยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดจากกัน และออกจากงานแล้ว ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

3. อาชีพ (occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะเลือกฝากประกันที่มีระยะเวลาที่ยาวนาน และเบี้ยประกันถูก ประธานกรรมการบริษัทและภรรยาจะเลือกฝากประกันในวงเงินที่สูงและมีผลตอบแทนในรูปแบบ ของบำนาญ ซึ่งนักการตลาดจะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีบุคคลในอาชีพใหม่สนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

4. รายได้ (income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (economic circumstance)โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมทรัพย์ และอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายต่ำ กิจกรรมต้องปรับปรุงเรื่องผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลังและวิธีการต่างๆเพื่อป้องกันการขลาดแคลนเงินหมุนเวียน

5. การศึกษา (education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

6. รูปแบบการดำรงชีวิต (life style)รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกโดยเสดงออกในรูปของ ALOs ซึ่งประกอบด้วย (1) กิจกรรม (activities) (2) ความสนใจ(interests) (3) ความคิดเห็น (opinion) แบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับ แบบการดำรงชีวิต ตัวอย่างรูปแบบขึ้นอยู่กับการดำรงชีวิตที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า คนที่ชอบเที่ยวกลางคืน ชอบการพักผ่อนหย่อนใจการบริโภคอาหารนอกบ้าน หรือเครื่องดองของเมา ส่วนคนที่สมถะจะบริโภคสินค้าที่จำเป็น อ่านหนังสือ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา (psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่า เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอยด้วย

1. การจูงใจ (motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือสิ่งที่กระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรม ที่มีเป้าหมาย นักการตลาด ต้องศึกษาแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์อันประกอบด้วย ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการทางด้านจิตวิทยาต่างๆ ความต้องการเหล่านี้ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของคน

2. การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ ซึ่งความหมายนี้จะเห็นได้ว่ากระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรองการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก้ การเห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึกตัวอย่าง การโฆษณาประกันชีวิตของธนาคารที่ให้ผลตอบแทนหรือเงินคุ้มครองกรณีผู้ฝากเสียชีวิด

3. การเรียนรู้(learning)

4. ความเชื่อถือ(belief) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น ความเชื่อมั่นในธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลโดยมีสโลแกนติดหน้าธนาคารว่า"รัฐบาลเป็นประกัน"

5. ทัศนคติ (attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออาจ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลด่อความเชื่อในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ จากการศึกษาพบว่าทัศนะคติของผู้บริโภคกับการซื้อสินค้า จะมีความที่เรียนรู้ในอดีตสัมพันธ์กัน

นักการตลาดต้องศึกษาว่าทัศนะคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไรและเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร. การเกิดของทัศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ ที่เรียนรู้ในอดีต เกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิดของบุคคลและเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขา นักการตลาดต้องมีทางเลือกคือ

5.1 สร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ

5.2 พิจารณาว่าทัศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทัศนคติทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลานานและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงต่อบุคคลได้

6. บุคลิกภาพ (personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

7. แนวคิดของตนเอง (self concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไรองค์ประกอบของแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง แบ่งออกได้เป็น 4 แบบ คือ

7.1 แนวความคิดของตนเองที่แท้จริง

7.2 แนวความคิดของตนเองในอุดมคติ

7.3 แนวความคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริง

7.4 แนวความคิดของตนเองที่ต้องการให้ผู้อื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอก ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ดัดสินใจด้านราคา จัดช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัท ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นทฤษฎีที่แสดงถึงวงจรการตัดสินใจ โดยเริ่มจากจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ และเมื่อบุคคลมีความประสงค์ที่ต้องการการตัดสินใจ บุคคลนั้นก็ประสงค์จะได้รับข้อสนเทศ โดยจัดรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของเขา ต่อจากนั้นบุคคลก็จะพิจารณาข้อมูลที่ได้รับ และพยามยามนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับการเลือกพิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือก สำหรับการทำนายผลอาจจะขึ้นอยู่กับความสำเร็จในอดีต และระดับความปรารถนาของบุคคลนั้น

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รินนภา ฤทธิศร (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจห้องแถวของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจห้องแถวที่สำคัญมากที่สุดคือปัจจัยด้านวงเงินกู้ยืมรองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การกู้ยืมเงินและปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อธุรกิจห้องแถวของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงใหม่จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านวัตถุประสงค์การกู้ยืมมากที่สุดรองลงมาได้แก่ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานสินเชื่อและความพึงพอใจด้านอัตราดอกเบี้ยตามลำดับในด้านปัญหาพบว่าปัญหาด้านเอกสารประกอบการกู้ยืมจำนวนมากการตรวจสอบเอกสารการขอกู้ใช้เวลานานและปัญหาพนักงานสินเชื่อไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

สุรพงศ์ ธรรมชาติ (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทองของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมลูกค้าส่วนใหญ่นำไปเพื่อการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันและบางส่วนนำไปใช้จ่ายในด้านการศึกษาของตนเองและของบุตรปัจจัยด้านหลักประกันและปัจจัยด้านกระบวนการอนุมัติสินเชื่อมีเอกสารที่ประกอบการขอกู้ไม่ยุ่งยากตามลำดับสำหรับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อด้านการให้บริการคือพนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใสมีความเต็มใจในการให้บริการด้านสถานที่คืออยู่ในแหล่งชุมชนในด้านความรวดเร็วในการบริการสินเชื่อคือมีการจัดลำดับคิวและขั้นตอนการอนุมัติรวดเร็ว

จตุรงค์ บุนนาค (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความสนใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจคือปัจจัยด้านความคิดเห็นว่าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏมีความจำเป็นการรับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยปัจจัยด้านระดับชั้นของการรับราชการการมีภาระหนี้สินอื่นๆกับธนาคารการทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์ของเงินกู้สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏในด้านการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ใช้บริการในปัจจุบันพบว่าความพึงพอใจส่วนใหญ่ต่อการใช้บริการคือการให้บริการของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 60.30 ความไม่พึงพอใจส่วนใหญ่เห็นว่าวงเงินกู้เดิมที่ได้รับไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 50.70 และความล่าช้าคิดเป็นร้อยละ 8.70

ไม่พึงพอใจส่วนใหญ่เห็นว่าวงเงินกู้เดิมที่ได้รับไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 50.70 และความล่าช้าคิดเป็นร้อยละ 8.70

อัจฉรา สิทธิราช (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์คือสมัครเป็นสมาชิกได้ง่ายขั้นตอนการสมัครไม่มีความยุ่งยากส่วนพฤติกรรมการบริโภคของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้ซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุดและจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดคือปัจจัยด้านเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์จากการใช้บริการส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัญหาการให้ข้อมูลกับลูกค้าไม่ชัดเจนเป็นปัญหาที่สำคัญและรองลงมาคือปัญหาการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยโดยไม่ได้แจ้งให้กับลูกค้าทราบ

สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานที่มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือซื่อ สัตย์ไว้ใจได้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำเชื่อถือได้ ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ความมีชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาอยู่เสมอปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยมีเปอร์เซ็นต์เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัญหาที่พบมากเป็นอันดับแรก คือ ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ในเรื่อง มีเอกสารเพื่อใช้ประกอบการขออนุมัติสินเชื่อเป็นจำนวนมากรองลงมา คือ ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารมีความเป็นระบบราชการมากเกินไป ปัญหาด้านราคา ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง สถานที่ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง ไม่ได้รับการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงกับความต้องการ ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ

บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการได้แก่ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ดกแด่งทันสมัยและสวยงาม , ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความมีน้ำใจ, มีมนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นกันเองและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลด หรืองดคิดค่าธรรมเนียม

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัญหาที่พบมากเป็นอันดับแรก คือ ปัญหาด้านราคา ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น รองลงมา คือ ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ในเรื่อง สถานที่คับแคบ ไม่สะอาดและล้าสมัย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องมีที่นั่งรอไม่เพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ในเรื่อง การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า และให้ความสำคัญในระดับน้อย คือปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย

สุริยา ขาวโชติช่วง (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อนเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ยเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของธนาคารเป็นลำดับแรก สำหรับปัญหาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดพบว่า มีปัญหาในระดับน้อย โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีปัญหาลำดับแรกดังนี้ ปัญหาปัจจัยด้านราคาได้แก่ ปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่นเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการได้แก่ ปัญหาเรื่องขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อซับซ้อนมากเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพได้แก่ ปัญหาเรื่องธนาคารไม่มีชื่อเสียง/ชื่อเสียงต่ำกว่าธนาคารอื่นเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดได้แก่ ปัญหาเรื่องไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียมเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านบุคคลากรได้แก่ ปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง และมารยาทที่ไม่ดีเป็นปัญหาลำดับแรก ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการได้แก่ ปัญหาเรื่องทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ปัญหาเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงตามความต้องการเป็นปัญหาลำดับแรก

สมชาย อุปพงศ์ (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ผู้บริโภคของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท

2. ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่า

3.1 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อแตกต่างกัน

3.3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อแตกต่างกัน

3.4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อแตกต่างกัน

ปภานัน วรวัฒนสกุล (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่าปัจจัยทางด้านความสวยงาม ความสะดวกในการพกพา ความรวดเร็วในการอนุมัติ ความหลากหลายของประเภทบัตร อัตราดอกเบี้ยในการผิดชำระต่ำ การมีจำนวนตู้ ATM มากและเพียงพอ การมีร้านค้าและสถานบริการที่ยอมรับบัตรเครดิตเป็นจำนวนมาก การมีสาขาธนาคารทั่วโลก สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการถือบัตร และการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อโดยตรง มีอิทธิพลต่อการเลือกมากที่สุดผลการศึกษาในกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์

วิทยา จันทร์หลวง (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

2. กำหนดกลยุทธการแข่งขันการให้บริการบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต

4. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการบัตรเครดิต

5. ศึกษาความต้องการของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อกรเลือกใช้บริการบัตรเครดิต คือ ความสะดวกและง่ายต่อการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ธนาคารลดขั้นตอนในการให้บริการปรับดอกเบี้ยและอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันและให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลด้วย

มนัสนันท์ รัตนวิจิตร (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณค่ารวมในสายตาลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับที่พักอาศัยของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง จากการศึกษาพบว่า คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับประเภทของเฟอร์นิเจอร์และลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญกับความมีคุณภาพของสินค้า มีความแข็งแรงทนทาน การนำไปใช้และประโยชน์ใช้สอยของสินค้า การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีรูปแบบตรงกับสมัยนิยมตามลำดับ คุณค่าด้านบริการมีความสัมพันธ์กับลักษณะของเฟอร์นิเจอร์และแหล่งเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการจัดส่ง/ติดตั้ง ความสะดวกในการ

สั่งซื้อ การับประกัน/ รับคืน และการให้สินเชื่อ/ เครดิต ตามลำดับ คุณค่าด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ที่เลือกซื้อ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสัมพันธ์กับพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า และสามารถแนะนำลูกค้าได้ดี พนักงานขายสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และความมีอัธยาศัยที่ดีของพนักงานขาย ตามลำดับ สำหรับคุณค่าด้านภาพลักษณ์ มีความสำคัญกับลักษณะเฟอร์นิเจอร์และแหล่งเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญกับการจัดช่วงเวลาพิเศษประจำปีของร้าน เช่น การลดราคา การแจก การแถม การจัดบรรยากาศในร้านให้น่าดู และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ธาริณี สงอักษร (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ด้านความมั่นคงเป็นที่ยอมรับ คุณภาพการบริการและการมีบทบาททางสังคมและ 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ ด้านความมั่นคงเป็นที่ยอมรับ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านการมีบทบาทต่อสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ความก้าวหน้าของการให้บริการ มาตรฐานและประสิทธิภาพของการบริการ คุณภาพของพนักงานและการดอบรับ และความพร้อมของอาคารและสถานที่ และปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ได้แก่การมีมาตรฐานและประสิทธิภาพของการให้บริการ ความพร้อมของอาคารและสถานที่ธนาคาร คุณภาพของพนักงานและการต้อนรับ และความก้าวหน้าของการบริการ โดยข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้คือ ในปัจจุบันลูกค้าธนาคารที่ใช้รถยนต์มีมากขึ้น ประกอบกับสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้าทำให้มีปัญหาในเรื่องสถานที่จอดรถ จึงควรจัดระบบการจอดรถให้มีระเบียบ โดยอาจให้มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือขยายสถานที่จอดรถ ในเรื่องของสถานที่เนื่องจากสาขาของธนาคารเป็นสาขาที่ค่อนข้างเก่าแก่เปิดทำการมาเป็นเวลาค่อนข้างนาน สถานที่ภายในจึงค่อนข้างคับแคบและดูไม่ทันสมัย จึงควรปรับปรุงพื้นที่ภายในธนาคารให้ดูมีระเบียบ กว้างขวางกว่าที่เป็นอยู่และทันสมัยมากขึ้น ในเรื่องการใช้ระบบคิวเดี่ยวในการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศแต่ในบางสาขาที่มีลูกค้าค่อนข้างมาก เช่น สาขายะลา เนื่องจากเป็นสาขาเดียวในตัวเมือง ระบบคิวเดี่ยวทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการยืนคอยคิวนานมาก ทำให้เกิดความเครียดและเมื่อยล้า จึงควรพิจารณาทบทวนวิธีการรอรับบริการของลูกค้า โดยเห็นควรว่าการใช้บัตรคิวน่าจะดีกว่าการให้ลูกค้ายืนรอ ในเรื่องของอุปกรณ์ควรมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัยรวดเร็วกว่าที่เป็นอยู่ ในเรื่องของการ

บริการที่นั่งรอ ควรจัดสถานที่นั่งรอให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ และสุดท้ายในเรื่องของพนักงานนั้นพนักงานควรมีน้ำใจและพูดจาไพเราะให้มากกว่านี้

บทสรุป

จากงานวิจัยที่ได้ศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่เป็นงานวิจัย เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บริการด้านสินเชื่อ ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคาร ว่าลูกค้ามีทัศนคติที่ดีมีความพึงพอใจในการใช้บริการหรือไม่ และพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการของธนาคาร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านคุณภาพของกระบวนการให้บริการ ปัจจัยดังที่กล่าวมาส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการของธนาคาร จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีลักษณะบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นแนวทางในการทำงานวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่า ตัวแปรที่มีผลต่อกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งแสดงไว้ในกรอบแนวความคิด โดยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้ จำแนกออกเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ภาพ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อศึกษาถึงการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกข้อมูลเอง โดยผู้วิจัยคอยดูแลในการเก็บข้อมูล

สถานที่ดำเนินการวิจัย

บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรแบบทราบประชากร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ กับ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จำนวน 1,360 ราย โดยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากร หรือกรณีที่ประชากรมีจำนวนจำกัดที่นับได้ (Finite Population) ยอมรับค่าความคาดเคลื่อนจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ .05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณได้ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548 : 45)

$$n = N / [1 + Ne^2]$$

โดยกำหนดให้ N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง = $1,360 / [1+1,360(0.50)^2]$

= 309.09 หรือ 310 ราย

หน่วย:คน

สินเชื่อ	จำนวน(คน)	กลุ่มตัวอย่าง
สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	1,360	310

ที่มา: บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรจำนวน 310 ชุดโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.ข้อมูลปฐมภูมิ (primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการออกแบบสอบถามโดยตรงจากผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ กับ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยการแจกแบบสอบถามให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ที่เข้ามาใช้บริการใน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ทุก ๆวันทำการ ตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น. จำนวน 310 ชุด จนครบตามจำนวน

2.ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ตำราวิชาการ ระเบียบ วารสาร หนังสือต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แนวคิด ทฤษฎี และระเบียบ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows โดยใช้สถิติดังนี้

1.ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

2.ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามแนวทางของ Likert (Linker's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามระดับปัญหาและอุปสรรค โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับการให้ความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยการนำคะแนนระดับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมารวมกันเพื่อระดับเฉลี่ยของปัจจัยแต่ละตัวโดยรวมที่มีผลต่อปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง โดยมีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด = 5-1 = 0.80
จำนวนชั้น 5

ระดับคะแนน	ความหมาย		
ระดับ 5	ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	มากที่สุด
ระดับ 4	ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	มาก
ระดับ 3	ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	ปานกลาง
ระดับ 2	ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	น้อย
ระดับ 1	ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ระยะเวลาการศึกษาและแผนการทำวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 7 เดือน คือเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2553 – กุมภาพันธ์ 2554

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 310 ราย ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอเป็น 3 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับชั้นการรับราชการ (ซี หรือ ชั้นยศ) อาชีพ รายได้ต่อเดือน และแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า ได้แก่ วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก เกณฑ์ที่ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ หลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของธนาคารกรุงไทย ในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	187	60.30
หญิง	123	39.70
รวม	310	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 187 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ60.30 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 123 ราย หรือร้อยละ 39.70

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-30 ปี	74	23.90
31-40 ปี	124	40.00
41-50 ปี	78	25.10
ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป	34	11.00
รวม	310	100.00

จากตาราง 2 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปีจำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.10 และมีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 23.90 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะ

สถานะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	85	27.40
สมรส	200	64.50
หม้าย	13	4.20
หย่าร้าง	12	3.90
รวม	310	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา คือ มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 27.40 และมีสถานภาพหม้าย ร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	23.20
ปริญญาตรี	194	62.60
ปริญญาโท	44	14.20
สูงกว่าปริญญาโท	0	0.00
รวม	310	100.00

จากตาราง 4 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 194 รายคิดเป็นร้อยละ 62.60 รองลงมา คือ มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.20 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นการรับราชการ(ซี/ชั้นยศ)

ระดับชั้นการรับราชการ(ซี/ชั้นยศ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซี 1-3 หรือชั้นประทวนหรือลูกจ้างประจำ	195	62.90
ซี 4-5 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบเทียบ ร.ต.-ร.อ.	62	20.00
ซี 6-7 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบ พ.ต.-พ.อ.	51	16.50
ซี 8 ขึ้นไป หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบ พล.ต.-พล.อ.	2	0.60
รวม	310	100.00

จากตาราง 5 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีระดับชั้นราชการซี 1-3 หรือชั้นประทวนหรือลูกจ้างประจำ จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.90 รองลงมา คือ มีระดับชั้นราชการซี 4-5 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบเทียบ ร.ต.- ร.อ. คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมีระดับชั้นราชการซี 6-7 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบ พ.ต.-พ.อ. ร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	257	82.90
พนักงานบริษัทเอกชน	9	2.90
ลูกจ้างประจำ	42	13.50
ข้าราชการบำนาญ	2	0.70
รวม	310	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีอาชีพรับข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 257 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.90 รองลงมา คือ มีอาชีพลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 13.50 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 2.90 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	37	11.90
10,000 – 30,000 บาท	220	71.00
30,001 – 50,000 บาท	39	12.60
มากกว่า 50,000 บาท	14	4.50
รวม	310	100.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 220 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.60 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 11.90 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จากบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก	4	1.40
ครอบครัว	46	14.80
เพื่อน/คนรู้จัก	112	36.10
สื่อต่างๆ	22	7.10
พนักงานของธนาคาร	126	40.60
รวม	310	100.00

จากตาราง 8 พบว่าแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีแหล่งข้อมูลมาจากพนักงานของธนาคาร จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.60 รองลงมา คือ มีแหล่งข้อมูลมาจากเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 36.10 และมีแหล่งข้อมูลมาจากครอบครัว ร้อยละ 14.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า

ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า ได้แก่ วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก เกณฑ์ที่ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ หลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของธนาคารกรุงไทย ในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	82	26.50
เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว	100	32.30
เพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน	128	41.20
รวม	310	100.00

จากตาราง 9 พบว่า วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมา คือ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 32.30 และมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 26.50 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของ แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก

แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	66	21.30
หนังสือพิมพ์	11	3.50
โทรทัศน์	31	10.00
ป้ายประชาสัมพันธ์	64	20.60
พนักงาน	244	78.70
เพื่อน	162	52.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 10 พบว่า แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก จากพนักงาน จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาคือ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก จาก เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 52.30 และทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก จากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 21.30 ตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของเกณฑ์ที่ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

เกณฑ์ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วงเงินที่ให้สินเชื่อ	227	73.20
ระยะเวลาการให้กู้	103	33.20
อัตราดอกเบี้ย	174	56.10
ค่างวดผ่อนชำระ	109	35.20
ค่าธรรมเนียมในการขอกู้	57	18.40
ระเบียบเงื่อนไขในการขอกู้	73	23.50
ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	79	25.50
ปริมาณเอกสารในการกู้	31	10.00
ทำเลที่ตั้งของธนาคาร	50	16.10
ระบบงาน/เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ธนาคารใช้ในการให้บริการ	34	11.00
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคาร	67	21.60

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 11 พบว่าเกณฑ์ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ใช้เกณฑ์ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏวงเงินที่ให้สินเชื่อ จำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.20 รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 56.10 และระยะเวลาการให้กู้ ร้อยละ 33.20 ตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า	139	44.80
ให้ระยะเวลาการกู้ตามที่ต้องการมากกว่า	82	26.50
อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า	157	50.60
เงินค่างวดที่ผ่อนชำระเหมาะสมกว่า	77	24.80
ค่าธรรมเนียมในการขอกู้ต่ำกว่า	62	20.00
ระเบียบและเงื่อนไขในการขอกู้ยุ่งยากน้อยกว่า	71	22.90
ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วกว่า	100	32.30
เอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้น้อยกว่า	38	12.30
สถานที่สะดวกในการติดต่อ และส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่า	105	33.90
พนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการมากกว่า	118	38.10
ระบบงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัยมากกว่า	21	6.80
ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยมากกว่า	50	16.10

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 12 พบว่าเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏเพราะให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 50.60 และพนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า ร้อยละ 38.10 ตามลำดับ

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของหลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

หลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ส่งชำระได้ตามเงื่อนไข	308	99.40
ไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข	2	0.60
รวม	310	100.00

จากตาราง 13 พบว่าหลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข จำนวน 308 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.40 และไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข คิดเป็นร้อยละ **0.60** ตามลำดับ

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของ มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย

มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	294	94.80
ไม่แนะนำ	16	5.20
รวม	310	100.00

จากตาราง 14 พบว่ามีการแนะนำให้คนที่รู้จัก มาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทยของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย จำนวน 294 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.80 และไม่มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 5.20 ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง

ในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	308	99.40
ไม่ใช้บริการ	2	0.60
รวม	310	100.00

จากตาราง 15 พบว่าในกรณีที่ต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้ง จะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง ใช้บริการจำนวน 308 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.40 และไม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทย ธนวัฏของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ตาราง 16 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน

ภาพรวมในแต่ละด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	2.75	.892	ปานกลาง
ด้านราคา	2.75	.892	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.38	.891	น้อย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.36	.814	น้อย
ด้านบุคลากร	2.02	.874	น้อย
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.46	.797	น้อย
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.54	.885	ปานกลาง
รวม	2.47	.864	น้อย

จากตาราง 16 พบว่าในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ภาพรวมในแต่ละด้าน ซึ่งให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.47 โดยให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน ระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 2.75 รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.54 ให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน ระดับน้อย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.46รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.38 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.36 และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 2.02 ตามลำดับ

ตาราง 17 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.83	.951	ปานกลาง
2. ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการกู้มากเกินไป	2.70	.941	ปานกลาง
3. ระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป	2.68	.902	ปานกลาง
4. เงินค่างวดผ่อนชำระสูง	2.59	.937	ปานกลาง
5. ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ	2.16	.905	ปานกลาง
รวม	2.59	.765	ปานกลาง

จากตาราง 17 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.59 ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 2.83 รองลงมา คือ ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการกู้มากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.70 มีระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.68 เงินค่างวดผ่อนชำระสูง มีค่าเฉลี่ย 2.59 ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.16 ตามลำดับ

ตาราง 18 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. อัตราดอกเบี้ยสูง	2.80	.960	ปานกลาง
2. ค่าธรรมเนียมในการกู้สูง	2.77	.920	ปานกลาง
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูง	2.67	.929	ปานกลาง
รวม	2.75	.892	ปานกลาง

จากตาราง 18 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.75 ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านราคา คือ มีอัตราดอกเบี้ยสูง มีค่าเฉลี่ย 2.80 รองลงมา คือ มีค่าธรรมเนียมในการกู้สูง มีค่าเฉลี่ย 2.77 และมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูง มีค่าเฉลี่ย 2.67 ตามลำดับ

ตาราง 19 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. บริการทาง INTERNET ยุ่งยาก	2.42	.858	น้อย
2. ทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่อ	2.34	1.066	น้อย
รวม	2.38	.891	น้อย

จากตาราง 19 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยทุกองค์ประกอบย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.38 ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ บริการทาง INTERNET ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.42 และรองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 2.34 ตามลำดับ

ตาราง 20 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อย	2.49	.850	น้อย
2. พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ	2.24	.907	น้อย
รวม	2.36	.814	น้อย

จากตาราง 20 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยทุกองค์ประกอบย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.36 ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด คือการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อย มีค่าเฉลี่ย 2.49 และรองลงมาคือ พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 2.24 ตามลำดับ

ตาราง 21 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. การแต่งกาย บุคลิกภาพ วาจา ของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย	2.03	.970	น้อย
2. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์อันดี ไม่มีความเต็มใจในการให้บริการ	2.02	.974	น้อย
3. พนักงานไม่มีทักษะและไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน	2.02	.830	น้อย
4. พนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ไม่น่าเชื่อถือไว้วางใจ	2.00	.950	น้อย
รวม	2.02	.874	น้อย

จากตาราง 21 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรค ในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.02 ความสำคัญในด้านบุคลากร คือ การแต่งกาย บุคลิกภาพ วาจา ของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 2.03 รองลงมาคือ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์อันดี ไม่มีความเต็มใจในการให้บริการและพนักงานไม่มีทักษะและไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 2.02 และพนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ไม่น่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย 2.00 ตามลำดับ

ตาราง 22 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. สถานที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอ	2.84	1.109	ปานกลาง
2. มีที่นั่งและบริเวณรอใช้บริการของลูกค้าไม่เพียงพอ	2.43	.935	น้อย
3. ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม เก้าอี้พัก อุปกรณ์เครื่องเขียน	2.31	.878	น้อย
4. สถานที่ตกแต่งไม่ทันสมัย ไม่สะอาด ไม่สวยงาม	2.25	.788	น้อย
รวม	2.46	.797	น้อย

จากตาราง 22 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.46 ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับปานกลาง คือ สถานที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.84 และความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับน้อย คือ มีที่นั่งและบริเวณรอใช้บริการของลูกค้าไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.43 รองลงมา คือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม เก้าอี้พัก อุปกรณ์เครื่องเขียน มีค่าเฉลี่ย 2.31 และสถานที่ตกแต่งไม่ทันสมัย ไม่สะอาด ไม่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 2.25 ตามลำดับ

ตาราง 23 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. เกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อค่อนข้างสูง ทำให้ผ่านเกณฑ์การอนุมัติน้อย และได้วงเงินที่ลดลง	2.64	1.010	ปานกลาง
2. ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อยาวนาน	2.51	.884	ปานกลาง
3. ระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก	2.47	.905	น้อย
รวม	2.54	.885	ปานกลาง

จากตาราง 23 พบว่าในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรค ในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้าน-กระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.54 ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ระดับปานกลาง คือ เกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อค่อนข้างสูง ทำให้ผ่านเกณฑ์การอนุมัติน้อย และได้วงเงินที่ลดลง มีค่าเฉลี่ย 2.64 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 2.51 และให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ระดับน้อย คือ ระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.47ตามลำดับ

ตาราง 24 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	23	7.42	34	10.97	22	7.10	3	0.97	82	26.45
- เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว	28	9.03	47	15.16	17	5.48	8	2.58	100	32.26
- เพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน	23	7.42	43	13.87	39	12.58	23	7.42	128	41.29
รวม	74	23.87	124	40.00	78	25.16	34	10.97	310	100.00

จากตาราง 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 20-30 ปี มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือ เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.03รองลงมาคือเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.42 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 31-40 ปี มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.16 รองลงมาคือเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน และเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 13.87 และ 10.97 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 41-50 ปี มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 12.58 รองลงมาคือเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.10 และ 12.58 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 7.42 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัวและเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 2.58 และ 0.97 ตามลำดับ

ตาราง 25 จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า	36	25.90	54	38.85	38	27.34	11	7.91	139	44.84
- ให้ระยะเวลาการกู้ตามที่ต้องการมากกว่า	23	28.05	31	37.81	23	28.05	5	6.10	82	26.45
- อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า	35	22.29	70	44.59	43	27.39	9	5.73	157	50.65
- เงินค่างวดที่ผ่อนชำระเหมาะสมกว่า	20	25.97	41	53.25	16	20.78	0	0.00	77	24.84
- ค่าธรรมเนียมในการขอกู้ต่ำกว่า	15	24.19	24	38.71	19	30.65	4	6.45	62	20.00
- ระเบียบและเงื่อนไขในการขอกู้ยุ่งยากน้อยกว่า	18	25.35	21	29.58	26	36.62	6	8.45	71	22.90
- ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว กว่า	25	25.00	40	40.00	25	25.00	10	10.00	100	32.26
- เอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้น้อยกว่า	6	15.79	23	60.53	8	21.05	1	2.63	38	12.26
- สถานที่สะดวกในการติดต่อและส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่า	28	26.67	35	33.33	28	26.67	14	13.33	105	33.87
- พนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า	29	24.58	32	27.12	27	22.88	20	16.95	118	38.07

ตาราง 25 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ระบบงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัยมากกว่า	5	23.81	6	28.57	8	38.10	2	9.52	21	6.77
- ทัศนคติที่ดีต่อภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยมากกว่า	12	24.00	22	44.00	13	26.00	3	6.00	50	16.13

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 25 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.85รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.34 และ 25.90 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ให้ระยะเวลาการกู้ตามที่ต้องการมากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.81 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี และช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.05 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.59 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.39 และ 22.29 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เงินค่างวดที่ผ่อนชำระเหมาะสมกว่าส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี และช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.97 และ 20.78 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ค่าธรรมเนียมในการขอกู้ต่ำกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.71 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.65 และ 24.19 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ระเบียบและเงื่อนไขในการขอกู้ยุ่งยากน้อยกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.58 และ 25.35 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้น้อยกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.53 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.05 และ15.79 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ สถานที่สะดวกในการติดต่อและส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่าส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อย

ละ 33.33 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ พนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.12 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 20 - 30 ปี และช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.58 และ 22.88 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ระบบงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ทันสมัย มากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.57 และ 23.81 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ทัศนคติที่ดีต่อภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยมากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.00 และ 24.00 ตามลำดับ

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป		*รวม*	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	*จำนวน*	ร้อยละ
- แนะนำ	72	23.23	113	36.45	75	24.19	34	10.97	*294*	94.84
- ไม่แนะนำ	2	0.65	11	3.55	3	0.97	0	0.00	*16*	5.16
รวม	74	23.88	124	40.00	78	25.16	34	10.97	*310*	100.00

จากตาราง 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 20-30 ปี การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 23.23รองลงมาคือ ไม่แนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 0.65 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 31-40 ปี การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 36.45รองลงมาคือ ไม่แนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.55 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 41-50 ปี การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 24.19รองลงมาคือ ไม่แนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 0.97 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 10.97รองลงมาคือ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบที่ไม่แนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ ตามลำดับ

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,001 – 50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	20	6.45	47	15.16	15	4.84	0	0.00	82	26.45
- เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว	9	2.90	74	23.87	11	3.55	6	1.94	100	32.26
- เพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน	8	2.58	99	31.94	13	4.19	8	2.58	128	41.29
รวม	37	11.94	220	70.97	39	12.58	14	4.52	310	100.00

จากตาราง 27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 6.45 รองลงมาคือเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว และเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 2.90 และ2.58 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 31.94 รองลงมาคือเพื่อใช้ในวัดถุประสงค์ส่วนตัว และเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 23.87 และ 15.16 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท มีวัดถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 4.84 รองลงมาคือเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน และเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคคิดเป็นร้อยละ 4.19 และ 3.55 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 2.58 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 1.94 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบที่เพื่อใช้ในวัดถุประสงค์ส่วนดัว ตามลำดับ

ตาราง 28 จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ จำแนกตามปัจจัยด้านรายได้

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,001 – 50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า	16	11.51	100	71.94	17	12.23	6	4.32	139	44.84
- ให้ระยะเวลาการกู้ตามที่ต้องการมากกว่า	8	9.76	61	74.40	13	15.85	0	0.00	82	26.45
- อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า	26	16.56	100	63.69	22	14.01	9	5.73	157	50.65
- เงินค่างวดที่ผ่อนชำระเหมาะสมกว่า	14	18.18	59	76.62	4	5.20	0	0.00	77	24.84
- ค่าธรรมเนียมในการขอกู้ต่ำกว่า	9	14.52	42	67.74	5	8.07	6	9.68	62	20.00
- ระเบียบและเงื่อนไขในการขอกู้ยุ่งยากน้อยกว่า	11	15.49	48	67.61	7	9.86	5	7.04	71	22.90
- ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว กว่า	6	6.00	81	81.00	7	7.00	6	6.00	100	32.26
- เอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้น้อยกว่า	0	0.00	35	92.11	3	7.90	0	0.00	38	12.26
- สถานที่สะดวกในการติดต่อและส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่า	9	8.57	81	77.14	12	11.43	3	2.86	105	33.87
- พนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า	9	7.63	87	73.73	16	13.56	6	5.09	118	38.07

ตาราง 28 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,001 – 50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ระบบงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัยมากกว่า	3	14.29	15	71.43	3	14.29	0	0.00	21	6.77
- ทัศนคติที่ดีต่อภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยมากกว่า	4	8.00	43	86.00	3	6.00	0	0.00	50	16.13

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 28 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.94 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท และช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.23 และ 11.51 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ให้ระยะเวลาการกู้ตามที่ต้องการมากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.40 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท และช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.85 และ 9.76 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.69 รองลงมาคือช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 และช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท บาท คิดเป็นร้อยละ 16.56 และ 14.01 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เงินค่างวดที่ผ่อนชำระเหมาะสมกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.62 รองลงมาคือช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ 5.20 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ค่าธรรมเนียมในการขอกู้ต่ำกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.74 รองลงมาคือช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และช่วงรายได้มากกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 14.52 และ 9.68 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ระเบียบและเงื่อนไขในการขอกู้ยุ่งยากน้อยกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.61 รองลงมาคือช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ ช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.49 และ 9.86 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.00 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท และช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ 6.00 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้น้อยกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.11 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ สถานที่สะดวกในการติดต่อและส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.14 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท และช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.43 และ 8.57 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ พนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.73 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท และช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.56 และ 7.63 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ระบบงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ทันสมัย มากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ทัศนคติที่ดีต่อภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยมากกว่า ส่วนใหญ่ คือ ช่วงรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท คิดเห็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.00 รองลงมาคือช่วงรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และช่วงรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ 6.00 ตามลำดับ

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละของการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 30,000 บาท		30,001 – 50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- แนะนำ	35	11.29	208	67.10	37	11.94	14	4.52	294	94.84
- ไม่แนะนำ	2	0.65	12	3.87	2	0.65	0	0.00	16	5.16
รวม	37	11.94	220	70.97	39	12.58	14	4.52	310	100.00

จากตาราง 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือ แนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิดป็นร้อยละ 11.29 รองลงมาคือไม่มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิดเป็นร้อยละ 0.65 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิตเป็นร้อยละ 67.10 รองลงมาคือไม่มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิดเป็นร้อยละ 3.87 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิดเป็นร้อยละ 11.94 รองลงมาคือไม่มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิดเป็นร้อยละ 0.65 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างรายได้มากกว่า 50,000 บาท การแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ส่วนใหญ่ คือการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คิตเป็นร้อยละ 2.58 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 4.52 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบที่ไม่มีการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษากระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัภ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จำนวน 310 คน แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) โดยใช้สถิติ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย ได้ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 187 คน (ร้อยละ 60.30) ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 124 คน (ร้อยละ 40.00) สถานภาพสมรส จำนวน 200 คน (ร้อยละ 64.50) การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 194 คน (ร้อยละ 62.60) ระดับชั้นราชการซี 1-3 หรือชั้นประทวนหรือลูกจ้างประจำ จำนวน 195 คน (ร้อยละ 62.90) อาชีพรับข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 266 คน (ร้อยละ 85.80) รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 220 คน (ร้อยละ 71.00) และมีแหล่งข้อมูลมาจากพนักงานของธนาคาร จำนวน 126 คน (ร้อยละ 40.60)

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า

การรับรู้ปัญหา

วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน รองลงมา คือ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว และมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

ขั้นแสวงหาข้อมูล

แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก รองลงมาคือ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก จาก เพื่อน และทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก จากอินเทอร์เน็ต

ขั้นประเมินทางเลือก

เกณฑ์ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ใช้เกณฑ์ก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏวงเงินที่ให้สินเชื่อ รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาการให้กู้

ขั้นตัดสินใจใช้บริการ

เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏเพราะให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า และพนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า

พฤติกรรมหลังใช้บริการ

หลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข และไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข ในการไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข สาเหตุเนื่องจากอยู่ระหว่างโอนย้ายหน่วยงาน ซึ่งสามารถตรวจสอบรายชื่อผู้ที่ไม่มีเงินเดือนผ่านจากรายงานประจำเดือนของธนาคาร

ตาราง 30 สรุปผลการตัดสินใจ กระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ

กระบวนการเลือกใช้บริการ	สรุปผลการตัดสินใจ
1.การรับรู้ปัญหา	- เพื่อเอาไว้ในยามฉุกเฉิน - เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว - เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
2.ขั้นแสวงหาข้อมูล	- พนักงาน - เพื่อน - จากอินเทอร์เน็ต
3.ขั้นประเมินทางเลือก	- วงเงินสินเชื่อ - อัตราดอกเบี้ย - ค่างวดผ่อนชำระ
4.ขั้นตัดสินใจใช้บริการ	- อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า - ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า - ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วกว่า
5.พฤติกรรมหลังใช้บริการ	- ส่งชำระได้ตามเงื่อนไข - แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ - ตัดสินใจใช้บริการ เมื่อต้องการวงเงินกู้อีกครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่า ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน อยู่ในระดับน้อย โดยให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน ระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญในภาพรวมในแต่ละด้าน ระดับน้อย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ คือ วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งผู้ใช้บริการอาจมีความต้องการวงเงินฉุกเฉินเพิ่มขึ้น และคิดว่ามีความยุ่งยากให้การจัดเตรียมเอกสารที่ใช้ประกอบการกู้มากเกินไป มีระยะเวลาการให้กู้สั้น ภาพพจน์ของธนาคาร ที่ผู้ใช้บริการต้องคิดว่าต้องรอนาน เนื่องจากเป็นธนาคารที่มีหน่วยงานราชการมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

ด้านราคา

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีอัตราดอกเบี้ยสูง รองลงมา คือ มีค่าธรรมเนียมในการกู้สูง และมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่าการกู้สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ มีค่าใช้จ่ายแรกเข้าสูง เนื่องจากธนาคารมีนโยบายลดความเสี่ยง โดยให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อทุกรายทำประกันชีวิตกลุ่ม เพื่อลดความเสี่ยงในกรณีที่ผู้ใช้บริการเสียชีวิต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ บริการทาง INTERNET ยุ่งยาก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยใช้ เพราะคิดว่าใช้บริการยุ่งยาก และรองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่อ เนื่องจากมีผู้ใช้บริการในธนาคารเป็นจำนวนมาก ทำให้บริเวณที่จอดรถเดินทางเข้าออกธนาคารไม่สะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.36 ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อย 2.49 และรองลงมา คือ พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ เนื่องจากธนาคารไม่ค่อยได้ออกไปประชาสัมพันธ์ตามหน่วยงาน จึงไม่ทราบความต้องการของลูกค้า

ด้านบุคลากร

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ด้านบุคลากร คือ การแต่งกาย บุคลิกภาพ วาจา ของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย รองลงมา คือ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์อันดี ไม่มีความเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานไม่มีทักษะและไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน และพนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ไม่น่าเชื่อถือไว้วางใจ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับปานกลาง คือ สถานที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอ และความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านลักษณะทางกายภาพระดับน้อย คือ มีที่นั่งและบริเวณรอใช้บริการของลูกค้าไม่เพียงพอ รองลงมา คือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม เก้าอี้พัก อุปกรณ์เครื่องเขียน และสถานที่ตกแต่งไม่ทันสมัย ไม่สะอาด ไม่สวยงาม

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรค แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ระดับปานกลาง คือ เกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อค่อนข้างสูง ทำให้ผ่านเกณฑ์การอนุมัติน้อย และได้วงเงินที่ลดลง รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อยาวนาน และให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ระดับน้อย คือ ระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

1. ด้านการรับรู้ปัญหา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความต้องการเงินสำรองไว้ใช้ในในยามฉุกเฉิน และใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว ซึ่งเมื่อมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ก็ต้องมีการตอบสนองความต้องการนั้น ซึ่งความต้องการอาจเกิดจากมีสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรพงศ์ ธรรมชาติ (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทองของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมลูกค้าส่วนใหญ่นำไปเพื่อการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันและบางส่วนนำไปใช้จ่ายในด้านการศึกษาของตนเองและของบุตรปัจจัยด้านหลักประกันและปัจจัยด้านกระบวนการอนุมัติสินเชื่อมีเอกสารที่ประกอบการขอกู้ไม่ยุ่งยากตามลำดับสำหรับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อด้านการให้บริการคือพนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใสมีความเต็มใจในการให้บริการด้านสถานที่คืออยู่ในแหล่งชุมชนในด้านความรวดเร็วในการบริการสินเชื่อคือมีการจัดลำดับคิวและขั้นตอนการอนุมัติรวดเร็ว

2.ขั้นตอนแสวงหาข้อมูล พบว่า เมื่อมีการรับรู้ถึงปัญหาความต้องการแล้ว กลุ่มตัวอย่าง ก็จะแสวงหาข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้หาข้อมูลจากพนักงานธนาคาร รองลงมาคือ หาข้อมูลจากเพื่อนหรือ เพื่อนร่วมงาน ซึ่งสาเหตุหนึ่งอาจเนื่องมาจากพนักงานทุกคนในธนาคารเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งส่วนมากมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานที่มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือซื่อสัตย์ไว้ใจได้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ความมีชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาอยู่เสมอปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยมีเปอร์เซ็นต์เรียงลำดับจากมากไป

หาน้อย ดังนี้ ปัญหาที่พบมากเป็นอันดับแรก คือ ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ในเรื่องมีเอกสารเพื่อใช้ประกอบการขออนุมัติสินเชื่อเป็นจำนวนมากรองลงมา คือ ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารมีความเป็นระบบราชการมากเกินไป ปัญหาด้านราคา ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง สถานที่ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง ไม่ได้รับการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงกับความต้องการ ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ

3.ขั้นประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างได้มีการประเมินทางเลือกโดยให้ความสำคัญจาก วงเงินสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย จำนวนเงินที่ผ่อนชำระ และระยะเวลาในการให้กู้ยืม เป็นลำดับต้น ๆ เพื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละธนาคาร ซึ่งอาจรวมไปถึง คุณสมบัติด้านอื่น ๆ เช่น การให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ สถานที่ตั้ง ความสะดวกในการติดต่อ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการได้แก่ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ดกแต่งทันสมัยและ สวยงาม , ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความมีน้ำใจ, มีมนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลด หรืองดคิดค่าธรรมเนียม

4. ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อหรือบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เมื่อผ่านขั้นตอนทั้งสามขั้นตอนแล้ว ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจในเงื่อนไขต่าง ๆ ของธนาคารในเรื่อง อัตราดอกเบี้ย วงเงินสินเชื่อ การผ่อนชำระ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหา

น้อย ดังนี้ คือปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการได้แก่ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม , ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความมีน้ำใจ, มีมนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นกันเองและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลด หรือองคิดค่าธรรมเนียม

5.พฤติกรรมภายหลังการซื้อหรือบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หลังจากได้รับวงเงินกู้แล้ว สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข มีการแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการ และในกรณีที่ต้องวงเงินเพิ่ม ก็จะตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เนื่องจากสินเชื่อธนวัฏมีลักษณะเป็นวงเงินหมุนเวียน ถ้าไม่ใช้ก็ไม่เสียดอกเบี้ย และมีวงเงินประกันชีวิตกลุ่ม เพื่อลดความเสี่ยงให้กับผู้ค้ำประกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จตุรงค์ บุนนาค (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความสนใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจคือปัจจัยด้านความคิดเห็นว่าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏมีความจำเป็นการรับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยปัจจัยด้านระดับชั้นของการรับราชการการมีภาระหนี้สินอื่นๆกับธนาคารการทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์ของเงินกู้สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏในด้านการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของผู้ใช้บริการในปัจจุบันพบว่าความพึงพอใจส่วนใหญ่ต่อการใช้บริการคือการให้บริการของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 60.30 ความไม่พึงพอใจส่วนใหญ่เห็นว่าวงเงินกู้เดิมที่ได้รับไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 50.70 และความล่าช้าคิดเป็นร้อยละ 8.70

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วน ต้องการปรับวงเงินสินเชื่อที่มากขึ้นและคิดว่าในการกู้สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏมีความยุ่งยากเรื่องการใช้เอกสารที่มากไป นอกจากนี้แล้วกลุ่มตัวอย่างยังมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของสถาบันการเงิน อื่น ๆ หากธนาคาร มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสะดวกในการใช้บริการ มีการปรับขึ้นวงเงินแต่ส่วนใหญ่ก็จะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เพราะสามารถ

ใช้วงเงินได้ในยามฉุกเฉิน ถ้าไม่ใช้วงเงินก็ไม่ต้องเสียดอกเบี้ย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มนัสนันท์ รัตนวิจิตร (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณค่ารวมในสายตาลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับที่พักอาศัยของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง จากการศึกษาพบว่า คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับประเภทของเฟอร์นิเจอร์และลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญกับความมีคุณภาพของสินค้า มีความแข็งแรงทนทาน การนำไปใช้และประโยชน์ใช้สอยของสินค้า การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีรูปแบบดรงกับสมัยนิยม ตามลำดับ คุณค่าด้านบริการมีความสัมพันธ์กับลักษณะของเฟอร์นิเจอร์และแหล่งเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการจัดส่ง/ติดตั้ง ความสะดวกในการสั่งซื้อ การรับประกัน/ รับคืน และการให้สินเชื่อ/ เครดิต ตามลำดับ คุณค่าด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ที่เลือกซื้อ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสัมพันธ์กับพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า และสามารถแนะนำลูกค้าได้ดี พนักงานขายสามารถบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และความมีอัธยาศัยที่ดีของพนักงานขาย ตามลำดับ สำหรับคุณค่าด้านภาพลักษณ์ มีความสำคัญกับลักษณะเฟอร์นิเจอร์และแหล่งเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญกับการจัดช่วงเวลาพิเศษประจำปีของร้าน เช่น การลดราคา การแจก การแถม การจัดบรรยากาศในร้านให้น่าดู และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ด้านราคา

ด้านราคา พบว่า เมื่อใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแล้วมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏในราคาที่สูง ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากในการทำสัญญากู้แต่ละครั้งนอกจากมีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแล้ว ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่น คือ เรื่องค่าเบี้ยประกันชีวิต ซึ่งจริง ๆ แล้วถือว่าการชำระค่าเบี้ยประกันต่าง ๆ เป็นผลประโยชน์ เป็นการลดความเสี่ยง ซึ่งอาจจะเกิดเหตุการณ์ที่เราไม่สามารถชำระหนี้ได้ เราก็สามารถนำเงินจาการทำประกันชีวิตมาชำระหนี้ได้ ไม่ต้องเป็นภาระของผู้ค้ำประกันหรือทายาทผู้รับผลประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ การ

ให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและ สวยงาม ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความมีน้ำใจ มีมนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นกันเองและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลด หรืองดคิดค่าธรรมเนียม ดังนั้น ด้านราคาก็ควรที่จะคำนึงถึงความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการให้บริการเป็นหลัก เนื่องจากการพัฒนาสินค้าก็ควรที่คำนึงถึงทัศนคติของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า การใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏผ่านการใช้บริการทาง INTERNET เป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยใช้ เพราะคิดว่าไม่รู้ขั้นตอนในการใช้บริการ และรองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่อ เนื่องจากมีผู้ใช้บริการในธนาคารเป็นจำนวนมาก ทำให้บริเวณที่จอดรถเดินทางเข้าออกธนาคารไม่สะดวก ธนาคารควรมีการประชาสัมพันธ์เรื่องการสมัครใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏผ่านทาง INTERNET ให้มากขึ้นบอกถึงความสะดวกในการใช้บริการ และขั้นตอนในการใช้บริการว่ามีขั้นตอนการทำอย่างไร ซึ่งปัจจุบันมีการแข่งขันในเรื่องสินเชื่ออุปโภคบริโภค อยู่ในสถานการณ์ที่ต้องแข่งขันมากขึ้น ควรบริการให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการได้แก่ การให้คำดอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ดกแต่งทันสมัยและ สวยงาม , ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ความมีน้ำใจ, มีมนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นกันเองและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลด หรืองดคิดค่าธรรมเนียม

ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การบริการด้านสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏน้อย และเห็นว่าพนักงานไม่ได้ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ ซึ่งด้านส่งเสริมการตลาด ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ตามหน่วยงานต่าง ๆ น้อย เนื่องจากมันต้องใช้เวลาในการปฏิบัติงาน พนักงานน้อย ทำงานหล่ายด้าน แต่เป็นเรื่องที่ธนาคารต้องแก้ไขโดยด่วน มีการให้ความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานให้เพิ่มมากขึ้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีข่าวสารของธนาคาร ซึ่งผู้ใช้บริการอาจจะได้รับข่าวสารจากทางหนังสือพิมพ์ หรือการโฆษณาจากสำนักงานใหญ่ของธนาคาร สอดคล้องกับทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: บทคัดย่อ) การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน

ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานและลูกค้าเป็นอย่างดี จึงทำให้การสื่อสารระหว่างกันเป็นไปได้ง่าย แต่ก็ต้องมีการพัฒนา อบรมเพิ่มความรู้ต่าง ๆ เช่น เรื่องขั้นตอนในการให้สินเชื่อ ขั้นตอนในการอนุมัติวงเงิน มีการให้ข้อมูลระหว่างพนักงานในเรื่องการปฏิบัติงานให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สหรรษา สถิตสุขเสนาะ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานที่มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือซื่อสัตย์ไว้ใจได้ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำเชื่อถือได้ ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ความมีชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า สถานที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ในวันสิ้นเดือนหรือวันที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก ธนาคารควรมีการแก้ไข โดยมีเจ้าหน้าที่ดูแลให้ความสะดวก จัดระเบียบในการจอดรถ และพนักงานผู้ให้บริการด้านในธนาคารต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง เพื่อที่จะแก้ไขบรรเทาปัญหาไปได้ มีบริเวณนั่งรอคิวการใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของธนาคาร สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ด้านความมั่นคงเป็นที่ยอมรับ คุณภาพการบริการและการมีบทบาททางสังคมและ 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ ด้านความมั่นคงเป็นที่ยอมรับ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านการมีบทบาทต่อสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ความก้าวหน้าของการให้บริการ มาตรฐานและประสิทธิภาพของการบริการ คุณภาพของพนักงานและการตอบรับ และความพร้อมของอาคารและสถานที่ และปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ได้แก่การมีมาตรฐานและประสิทธิภาพของการให้บริการ ความพร้อมของอาคารและสถานที่ธนาคาร คุณภาพของพนักงานและการต้อนรับ และความก้าวหน้าของการบริการ โดยข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้คือ ในปัจจุบันลูกค้าธนาคารที่ใช้รถยนต์มีมากขึ้น ประกอบกับสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้าทำให้มีปัญหาในเรื่องสถานที่จอดรถ จึงควรจัดระบบการจอดรถให้มีระเบียบ โดยอาจให้มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือขยายสถานที่จอดรถ

ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่ากระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อค่อนข้างสูง ทำให้ผ่านเกณฑ์การอนุมัติน้อย และได้วงเงินที่ลดลง มีระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อยาวนาน ระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยากปัจจุบันธนาคารได้ปรับเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีภาระหนี้สูง มี

การใช้บริการสินเชื่ออุปโภคบริโภคในหลาย ๆ ธนาคาร ทำให้มีรายจ่ายมากกว่ารายได้ ธนาคารจำเป็นต้องมีการปรับเกณฑ์การพิจารณา เพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการนำเงินไปใช้ผิดประเภท ควรมีการสื่อสารหรืออธิบายให้กับผู้ใช้บริการ ให้ชัดเจน และเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยา ขาวโชดิช่วง (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อนเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ยเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของธนาคารเป็นลำดับแรก สำหรับปัญหาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดพบว่า มีปัญหาในระดับน้อย โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีปัญหาลำดับแรกดังนี้ ปัญหาปัจจัยด้านราคาได้แก่ ปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่นเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการได้แก่ ปัญหาเรื่องขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อซับซ้อนมากเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพได้แก่ ปัญหาเรื่องธนาคารไม่มีชื่อเสียง/ชื่อเสียงต่ำกว่าธนาคารอื่นเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดได้แก่ ปัญหาเรื่องไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียมเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านบุคคลากรได้แก่ ปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง และมารยาทที่ไม่ดีเป็นปัญหาลำดับแรก ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการได้แก่ ปัญหาเรื่องทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลเป็นปัญหาลำดับแรก ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ปัญหาเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงตามความต้องการเป็นปัญหาลำดับแรก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้าสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง ซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูลให้พนักงานผู้ปฏิบัติ สาขาอื่น ๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจนำข้อมูลไปศึกษาค้นคว้า อ้างอิง หรือนำไปใช้ในการบริการสินเชื่อประเภทอื่น ๆ ได้ จากผลการวิจัย พบว่า การเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ พนักงานธนาคาร มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลกับผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่ดีและควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น และมีเรื่องของลักษณะของวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ที่มีลักษณะหมุนเวียนไม่มีการชำระหนี้ต้นเงิน ทุกเดือนมีการชำระดอกเบี้ยเท่านั้น ซึ่งที่กล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏกับธนาคาร เป็นเรื่องที่ธนาคารควรต้องมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

ด้านพนักงาน พบว่ากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ได้สอบถามข้อมูลได้รับข้อมูลเป็นอันดับแรก อาจจะเนื่องมาจาก พนักงานธนาคาร เป็นคนในพื้นที่ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการที่เป็นคนพื้นที่เดียวกัน ถือว่าเป็นเรื่องที่ดี แต่ก็ต้องทำให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ธนาคารกำหนดไว้ ควรมีการพัฒนาดังนี้

1. พัฒนาอบรมให้พนักงานมีใจรักที่จะบริการ สามารถตอบคำถามให้คำแนะนำและไม่แสดงกริยาที่ไม่สุภาพต่อลูกค้า รวมทั้งควรมีการทำให้ข้อมูลความรู้เรื่องสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ สินเชื่ออื่น ๆ และผลิตภัณฑ์ทุกอย่างของธนาคารให้พนักงานมีความเข้าใจในเรื่อง ขั้นตอนในการปฏิบัติงาน การสร้างความสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม การให้บริการ แก่พนักงาน หาข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน มาแจ้งให้กับพนักงานทุกท่าน ทุกๆเดือน เพื่อจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและพนักงานทุกคนสามารถให้ข้อมูลกับผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง

2. ควรมีการประชาสัมพันธ์ตามหน่วยงาน เรื่องช่องทางการให้บริการที่สะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจ ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏกับธนาคาร

3. ควรมีการดูแลผู้ใช้บริการหลังจากที่ได้รับวงเงินกู้ สอบถามความสะดวกของการใช้บริการ ปัญหาของการใช้บริการอยู่เสมอ และมีการตรวจสอบมาตรฐานในด้านการบริการ

ของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและพึงพอใจในการให้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏมีลักษณะสินเชื่อที่หมุนเวียน ชำระแต่ดอกเบี้ย ไม่ได้ชำระต้น ผู้ใช้บริการบางคนอาจจะไม่ต้องการ เนื่องจากภาระหนี้ต้นเงินไม่ลด

1. ควรมีผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับสินเชื่อธนวัฏ เช่น มีการให้ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ออมไว้ทุกเดือน เพื่อเอาไว้ชำระหนี้ต้นเงินของสินเชื่อธนวัฏ เมื่อถึงกำหนดเวลาชำระคืน

2. ก่อนเวลาเกษียณอายุราชการประมาณ 2 ปี ให้จัดทำบันทึกเพิ่มเติมต่อท้ายสัญญา ให้ลดวงเงินทุกเดือน ลดภาระหนี้จนชำระหนี้เสร็จสิ้น ใกล้กับเวลาเกษียณอายุราชการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะของกลุ่มผู้ใช้บริการ ที่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มผู้ใช้บริการใน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดแม่ฮ่องสอน ควรที่จะเลือกกลุ่มผู้ใช้บริการ ทั้งที่เคยใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแล้ว และไม่เคยใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ว่าเป็นเพราะเหตุใด เพื่อพัฒนากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ อันเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น และใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น

2.การศึกษาในครั้งนี้ เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่มเป็นต้น มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ผลในเชิงลึกและมีมิติที่หลากหลายมากขึ้นอันอาจจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่นำมาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ในแง่มุมที่แตกต่างออกไป

3.ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ กับผู้ที่เลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น ที่เป็นคู่แข่ง และมีลักษณะหรือคุณสมบัติใกล้เคียงกับสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ เพื่อเป็นการหาข้อแตกต่างในด้านต่างๆ เพื่อนำส่วนที่ดีมาปรับใช้กับนโยบายและแผนงานของทางธนาคารและปรับปรุงในส่วนที่ด้อยกว่าธนาคารอื่น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน และวางแผนการตลาดให้เหมาะสมและเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ให้มากยิ่งขึ้นไป

บรรณานุกรม

จตุรงค์ บุนนาค. 2549. **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรุงเทพฯ: วี อินเตอร์พริ้นท์.

_____. 2550. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจธนาคาร.** กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.

_____. 2550. "ธนาคารกรุงไทย จำกัด มาหาชน." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ktb.co.th (29 ธันวาคม 2552).

_____. 2552. "ธนาคารกรุงไทย จำกัด มาหาชน." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ktb.co.th (31 ธันวาคม 2552).

_____. 2552. "ธนาคารออมสิน." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.gsb.or.th (31 ธันวาคม 2552).

ธาริณี สงอักษร. 2544. **ภาพลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ : ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขายะลา.** กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข. 2549. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน).** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปภานัน วรวัฒนสกุล. 2549. **พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มนัสนันท์ รัตนวิจิตร. 2546. **คุณค่ารวมในสายตาลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับที่พักอาศัยของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง.** ชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.

รินนภา ฤทธิศร. 2547. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจห้องแถวของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิทยา จันทร์หลวง. 2548. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2541. **การบริหารตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง.** กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสารจำกัด.

สมชาย อุปพงศ์. 2548. **ปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุทิชา วงษ์คำสิงห์. 2551. **คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า กรณีศึกษา: สำนักงานบริการ AIS สาขาอยุทธยา.** ชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุรพงศ์ ธรรมชาติ. 2548. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทองของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุริยา ขาวโชติช่วง. 2547. **ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม.** ชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อัจฉรา สิทธิราช. 2549. **พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ ธนาคารพาณิชย์.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Kotler, Philip. 1997. **Marketing Management.** 9th ed. New jersy: Prentice – Hall.

_____. 2000. **Marketing Management** 11th ed. New Jersey: Pearson Education

Yamane, Taro. 1973. **Statistics : An introductory Analysis.** 3rd ed. New York : Harper & Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

นางปิยพันธ์ กลิ่นสิงห์
รหัส 5106401042

เลขที่แบบสอบถาม.....

รหัสลูกค้า.....

แบบสอบถาม

<u>เรื่อง</u> การเลือกใช้ สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

เพื่อการศึกษาระดับปริญญาโท (ภาคพิเศษ) คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยแม่โจ้

<u>ส่วนที่ 1</u> ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในหัวข้อที่ท่านเลือก ❑ หรือเขียนลงในช่องว่าง..... ที่ กำหนดให้

1. เพศ
   1. ❑ ชาย
   2. ❑ หญิง
2. อายุ
   1. ❑ 20-30 ปี
   2. ❑ 31-40 ปี
   3. ❑ 41-50 ปี
   4. ❑ ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป
3. สถานะภาพ
   1. ❑ โสด
   2. ❑ สมรส
   3. ❑ หม้าย
   4. ❑ หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
   1. ❑ ต่ำกว่าปริญญาตรี
   2. ❑ ปริญญาตรี
   3. ❑ ปริญญาโท
   4. ❑ สูงกว่าปริญญาโท
5. ระดับชั้นการรับราชการ (ซี หรือ ชั้นยศ)
   1. ❑ ซี 1-3 หรือชั้นประทวนหรือลูกจ้างประจำ
   2. ❑ ซี 4-5 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบเทียบ ร.ต.-ร.อ.
   3. ❑ ซี 6-7 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบ พ.ต.-พ.อ.
   4. ❑ ซี 8 ขึ้นไป หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบ พล.ต.-พล.อ.
6. อาชีพ
   1. ❑ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
   2. ❑ พนักงานบริษัทเอกชน
   3. ❑ ลูกจ้างประจำ
   4. ❑ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7. รายได้ต่อเดือน
   1. ❑ น้อยกว่า 10,000 บาท
   2. ❑ 10,000 – 30,000 บาท
   3. ❑ 30,001 – 50,000 บาท
   4. ❑ มากกว่า 50,000 บาท

8.ข้อมูลจากแหล่งใดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของท่านมากที่สุด

1. ❑ จากบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก
2. ❑ ครอบครัว
3. ❑ เพื่อน/คนรู้จัก
4. ❑ สื่อต่างๆ
5. ❑ พนักงานของธนาคาร
6. ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

<u>ส่วนที่ 2</u> ขั้นตอนในกระบวนการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏแก่ลูกค้า

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกให้ตรงกับความเป็นจริง

1. วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดที่ท่านใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คือข้อใด
   1. ❑ เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
   2. ❑ เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ส่วนตัว
   3. ❑ เพื่อเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน
   4. ❑ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
   1. ❑ อินเทอร์เน็ต
   2. ❑ หนังสือพิมพ์
   3. ❑ โทรทัศน์
   4. ❑ ป้ายประชาสัมพันธ์
   5. ❑ พนักงาน
   6. ❑ เพื่อน
   7. ❑ อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ท่านใช้เกณฑ์ใดบ้างก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
   1. ❑ วงเงินที่ให้สินเชื่อ
   2. ❑ ระยะเวลาการให้กู้
   3. ❑ อัตราดอกเบี้ย
   4. ❑ ค่างวดผ่อนชำระ
   5. ❑ ค่าธรรมเนียมในการขอกู้
   6. ❑ ระเบียบเงื่อนไขในการขอกู้
   7. ❑ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ
   8. ❑ ปริมาณเอกสารในการกู้
   9. ❑ ทำเลที่ตั้งของธนาคาร
   10. ❑ บุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์
   11. ❑ ระบบงาน/เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ธนาคารใช้ในการให้บริการ
   12. ❑ ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคาร
   13. ❑ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

4. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ❑ ให้วงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการมากกว่า 2. ❑ ให้ระยะเวลาการกู้ตามที่ต้องการมากกว่า
3. ❑ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า 4. ❑ เงินค่างวดที่ผ่อนชำระเหมาะสมกว่า
5. ❑ ค่าธรรมเนียมในการขอกู้ต่ำกว่า
6. ❑ ระเบียบและเงื่อนไขในการขอกู้ยุ่งยากน้อยกว่า
7. ❑ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วกว่า
8. ❑ เอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้น้อยกว่า
9. ❑ สถานที่สะดวกในการติดต่อ และส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่า
10. ❑ พนักงานมีบุคลิกภาพ/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีซื่อสัตย์และเต็มใจให้บริการ มากกว่า
11. ❑ ระบบงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัยมากกว่า
12. ❑ ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยมากกว่า
13. ❑ เหตุผลอื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. หลังจากได้รับเงินกู้ครบถ้วนแล้ว ท่านสามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ หรือไม่

1. ❑ ส่งชำระได้ตามเงื่อนไข
2. ❑ ไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข เพราะ.....

6. ท่านจะแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ ของธนาคารกรุงไทย หรือไม่

1. ❑ แนะนำ
2. ❑ ไม่แนะนำ เพราะ.....

7.ในกรณีที่ท่านต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏอีกครั้งท่านจะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สะเรียงหรือ ไม่

1. ❑ ใช้บริการ
2. ❑ ไม่ใช้บริการ เพราะ.....

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดของท่าน

ปัญหา	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ					
2. ระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป					
3. ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการกู้มากเกินไป					
4. ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ					
5. เงินค่างวดผ่อนชำระสูง					
ด้านราคา					
1. อัตราดอกเบี้ยสูง					
2. ค่าธรรมเนียมในการกู้สูง					
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูง					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่อ					
2. บริการทาง INTERNET ยุ่งยาก					
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อย					
2. พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ					
ด้านบุคลากร					
1. การแต่งกาย บุคลิกภาพ วาจา ของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย					
2. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์อันดี ไม่มีความเต็มใจในการให้บริการ					
3. พนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ไม่น่าเชื่อถือไว้วางใจ					

ปัญหา	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. พนักงานไม่มีทักษะและไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. มีที่นั่งและบริเวณรอใช้บริการของลูกค้าไม่เพียงพอ					
2. สถานที่ตกแต่งไม่ทันสมัย ไม่สะอาด ไม่สวยงาม					
3. ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม เก้าอี้พัก อุปกรณ์เครื่องเขียน					
4. สถานที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอ					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. ระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก					
2. ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อยาวนาน					
3. เกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อค่อนข้างสูง ทำให้ผ่านเกณฑ์การอนุมัติน้อย และได้วงเงินที่ลดลง					

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงบริการด้านสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของธนาคารกรุงไทยสาขาแม่สะเรียง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางปิยพันธ์ กลิ่นสิงห์	
เกิดเมื่อ	10 กุมภาพันธ์ 2515	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2529	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแม่สะเรียงบริพัตรศึกษา จังหวัดแม่ฮ่องสอน
	พ.ศ. 2532	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแม่สะเรียงบริพัตรศึกษา จังหวัดแม่ฮ่องสอน
	พ.ศ. 2532	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กรุงเทพมหานคร
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2536-2552	เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง
	พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาแม่สะเรียง